

tesis
2781

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social
Licenciatura en Relaciones Públicas

Tesis Monográfica

Las Pymes y sus recursos intangibles: el desafío de sobrevivir.
Ausencia de una filosofía corporativa claramente delimitada en Pueblo Chico
S.A.



Realizado por: Delfina Valinotti.

Director de la carrera de Relaciones Públicas: Manuel Montaner.

Tutor/a de la Tesina: Celina Kaseta.

Asignatura: Presentación de Tesina.

Comisión: 4N.

UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Lugar y fecha: Buenos Aires, 18 de agosto de 2011.

E-mail: delfina.valinotti@hotmail.com/

delfi03@hotmail.com.

Índice

Introducción.....	3-6
Desarrollo	
1. <u>Capítulo 1:</u> Empresa y organización.....	7-30
1.1 La denominación del sujeto: empresa, corporación, institución, organización.....	7
1.1.1 Pyme: concepto y características de la estructura organizacional..	8
1.1.2 Modelos de organizaciones.....	12
1.2 Identidad corporativa.....	13
1.3 Imagen corporativa.....	18
1.3.1 Concepciones predominantes de la imagen corporativa.....	19
1.3.2 Formación y control de la imagen corporativa.....	23
1.4 Públicos.....	24
1.4.1 Tipos de vínculos organización-públicos.....	25
1.5 Instituciones como signos sociales.....	27
2. <u>Capítulo 2:</u> Filosofía y cultura corporativa.....	31-47
2.1 Concepto de filosofía corporativa.....	31
2.1.1 Contenido de la filosofía corporativa.....	32
2.1.2 Requisitos básicos de una filosofía corporativa bien formulada.....	34
2.2 El alma de la empresa.....	35
2.3 Cultura Corporativa.....	38
2.3.1 Principales funciones de la cultura organizacional.....	38
2.3.2 Tipos de cultura corporativa.....	42
2.3.3 Niveles de la cultura de corporativa.....	44
3. <u>Capítulo 3:</u> Molino Harinero Pueblo Chico S.A.....	48-56
3.1 Perfil de la compañía.....	48
3.2 Proceso de trabajo de Pueblo Chico S.A.....	52
3.3 Contexto en el que se encuentra situado Pueblo Chico S.A: Tres Algarrobos.....	54
4. <u>Capítulo 4:</u> Pueblo Chico S.A y la ausencia de una filosofía corporativa claramente delimitada.....	57-76

4.1 Situación actual de Pueblo Chico S.A.....	57
4.2 Riesgos y beneficios inherentes en la política organizacional como consecuencia de la ausencia de una filosofía corporativa claramente delimitada.....	75
5. Conclusión.....	77-85
Un profesional de Relaciones Públicas en una Pyme.....	81
6. Bibliografía.....	86-87
7. Apéndice.	



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

Cada vez son más en nuestra sociedad los casos de pequeñas y medianas empresas (Pyme) que comienzan a generar sus negocios y las circunstancias las llevan a desarrollarse e ir creciendo en el mercado a lo largo del tiempo. Generalmente, suele ocurrir que este tipo de organizaciones no estén preparadas para un crecimiento abrupto. Es decir, al evolucionar y ampliar sus actividades en el mercado, también se genera un incremento en las ganancias, la mano de obra, los procesos de producción y en los empleados que la componen. En este caso, algunas de ellas tienen la opción de recurrir a un consultor externo que las asesore, pero el problema aquí es cuando, por determinadas causas, no existe la posibilidad de un asesoramiento externo, cuando los directivos de la organización no lo consideran necesario y comienzan a improvisar con este crecimiento empresarial, sintiéndose seguros de que poseen todas las herramientas para manejar la situación de una manera idónea y que el cambio en el mercado y en la sociedad no tiene por qué implicar un cambio en las políticas organizacionales. Se trata de instituciones arraigadas en sus inicios y sus tradiciones, instituciones que no se hallan preparadas para afrontar los cambios que presenta el entorno que las rodea. Y no sólo esto, sino que tampoco sienten que sea necesario producir este cambio. No poseen una cultura organizacional flexible ni políticas corporativas que apunten a innovar. Viven de su pasado, de las reglas impuestas desde su creación y presentan un desinterés casi absoluto por redefinirse como signos sociales.

Este es el caso de Pueblo Chico S.A, un molino harinero ubicado en el interior de la provincia de Buenos Aires, en la localidad de Tres Algarrobos. Esta PYME se encuentra presente en el mercado desde el año 1995; ha ido creciendo y desarrollándose a lo largo del tiempo de una forma exitosa, pero siempre manteniendo su estructura organizacional y financiera intacta desde el comienzo. Y he aquí el problema a analizar: cómo esta organización, sin

una filosofía corporativa claramente delimitada y sin un profesional encargado formalmente del área de Comunicación, ha podido sobrevivir sustentablemente a lo largo de los años. Si bien no es una compañía que se destaque por su antigüedad en el mercado, ha logrado establecerse y desarrollarse satisfactoriamente en el tiempo.

Los resultados de este trabajo podrán ser generalizables para todos aquellos microemprendimientos que se realizan en lugares pequeños, alejados de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y sin conocimientos acerca de los recursos intangibles en las compañías

Intentaremos indagar las causas de esta ausencia de gestión de los recursos intangibles empresariales y del convencimiento de los directivos de la compañía de que no es necesaria una filosofía corporativa delimitada, ni planificaciones estratégicas de identidad, ni inversiones en comunicación.

Principalmente, describiremos cuáles son los conceptos intangibles básicos de una organización, según diferentes autores; a qué nos referimos cuando hablamos de identidad e imagen; qué son los públicos de una organización y cuáles son los vínculos que se pueden establecer entre ambos. Luego, describiremos por qué es tan importante en la actualidad este cambio en el modus operandi de las organizaciones; por qué las organizaciones deben apuntar a un nuevo modelo empresarial.

En segundo lugar, trataremos el tema de la filosofía y la cultura corporativa: ¿qué son? ¿Qué funciones cumplen en una organización? ¿Por qué son tan importantes actualmente en la vida de una institución?

Y, por último, analizaremos el caso de Pueblo Chico S.A y su ausencia de una filosofía claramente delimitada, examinando su situación actual, sus aciertos y falencias y su contexto.

La hipótesis que se intenta comprobar mediante esta investigación es que la ausencia de una filosofía corporativa claramente delimitada en una PYME conlleva riesgos en la política organizacional y priva a la compañía de beneficios en el ámbito interno y en el entorno que la rodea.

Los objetivos primordiales de esta investigación son:

- Describir y analizar los recursos intangibles imprescindibles para el buen funcionamiento organizacional.
- Indagar y analizar acerca del actual funcionamiento organizacional de *Pueblo Chico S.A.*
- Describir cuál es el contexto en el que la empresa se encuentra inmersa.
- Determinar los motivos por los que los recursos intangibles carecen de importancia para dicha organización.
- Determinar la imagen global que tiene la comunidad acerca de Pueblo Chico S.A.
- Señalar cuáles son los beneficios y perjuicios de una filosofía corporativa claramente delimitada en una PYME.
- Establecer consciencia de la necesidad de un cambio de paradigma organizacional.

Para llevar adelante esta investigación se realizará un análisis de tipo descriptivo-explicativo del marco conceptual, a través de un relevamiento bibliográfico de diferentes autores que tratan los temas clave de este trabajo. Una vez realizado el marco teórico, se procederá a analizar el caso de Pueblo Chico S.A.

Para ello se realizará:

- Recopilación bibliográfica
- Descripción y estudio del caso.
- Entrevista en profundidad al directivo de la organización.
- Encuestas a los empleados.
- Encuestas a la comunidad.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPÍTULO 1: Empresa y organización

El primer paso para comenzar con esta investigación, es dejar en claro los significados de la variedad de términos que aluden a personas jurídicas. Por eso tomamos al autor Norberto Chaves, profesor y consultor en Diseño, Imagen y Comunicación, y sus postulados acerca de estos conceptos.

1.1 La denominación del sujeto

Empresa: *"Alude a la estructura organizativa de naturaleza económica por excelencia, organismo societario articulado en torno a una actividad lucrativa, cualquiera que sea el carácter de su propiedad, pública o privada".¹*

Corporación: existen diversas acepciones según el contexto idiomático.

a) Remite a formas organizativas más complejas en el medio latino. Se apela a ese término, generalmente, cuando nos referimos a *"una agrupación de asociaciones que integra a empresas privadas, organismos públicos y/o sectores de la comunidad a través de sus entidades representativas."*²

b) Forma de organización sociolaboral. Organización de la sociedad por sectores productivos.

c) Se refiere a cualquier comunidad o asociación de personas regida por una ley o estatuto.

Institución:

a) La acepción más corriente de institución tiende a relacionarla con toda actividad no lucrativa, es decir, organismos no-empresariales. *"Suelen ser consideradas instituciones todas las entidades públicas o privadas que administran y gestionan actividades sin fines de lucro directo."*³

¹ Norberto Chaves, La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional. Barcelona, Gustavo Gili, 1988, Pág.18

² Ibidem. Pág. 18

³ Ibidem. Pág. 18

b) Una segunda acepción, define a la institución como *“todo hecho que adquiera significado social, trascendiendo a sus propias características internas, de un modo relativamente estable”*⁴ (por ejemplo, empresas, individuos, etcétera.)

c) La última acepción es teóricamente la más profunda, aquí se toma la institución como *“toda realidad social que constituya una norma, una convención o un mecanismo regular, estable de funcionamiento social, trascendente a la voluntad e interpretación de sus usuarios concretos; por ejemplo, el propio lenguaje”*⁵

Organización/ente/entidad: términos que se pueden aplicar a cualquier forma organizada de actividad social.

Concluyendo, podemos determinar que el término institución es el único que puede incluir en su definición tanto a una empresa, como organismos de gobierno o figuras públicas.

1.1.1 Pyme: concepto y características de la estructura organizacional

La palabra Pyme se refiere a pequeñas y medianas empresas. Es decir, hablamos de Pymes cuando nos referimos a organizaciones que tienen un número reducido de trabajadores, así como también registran un valor de ingresos moderado.

El concepto y definición de Pyme es diferente en cada país. En Argentina, se clasifica a las empresas de acuerdo a su rubro y a sus ventas anuales. En otros países, por ejemplo, la definición está asociada de acuerdo al número de empleados que posee la compañía (entre 1 y 10 empleados se habla de microempresa. Entre 11 y 50 empleados, se habla de Pyme).

“Las Pymes tienen necesidades específicas que deben ser atendidas por el Estado. Este tipo de empresas genera, en conjunto, grandes

⁴ Ibidem. Pág. 19

⁵ Ibidem. Pág. 19